

A INTELIGÊNCIA CULTURAL (IC) E O EMPREENDEDORISMO: UMA ANÁLISE DOS MBAS EM NEGÓCIOS INTERNACIONAIS

Julia Hermes¹
Dinorá Eliete Floriani²

RESUMO

Profissionais que atuam no mercado internacional estão em constante adaptação, já que, inevitavelmente, lidam com diferentes culturas e modelos de negócios. A Inteligência Cultural (IC) e o perfil empreendedor são características importantes para o sucesso nos negócios globais, e para desenvolvê-las, muitos profissionais buscam por cursos de MBA. Desta forma, este trabalho tem como seu principal objetivo verificar a relação entre inteligência cultural (IC) e o empreendedorismo nos MBAs em negócios internacionais. Para isso, buscou-se identificar os potenciais indicadores de inteligência cultural (IC) e empreendedorismo, apontar a influência dos MBAs na formação de IC e para o empreendedorismo e comparar os indicadores de IC e empreendedorismo entre os alunos que iniciaram o curso de MBA em 2017 e os que já finalizaram. Para chegar ao objetivo da pesquisa, além da pesquisa bibliográfica, foi aplicado um questionário a uma amostra de 33 alunos e de 31 egressos dos MBAs em negócios internacionais da Univali, a fim de verificar seu perfil como aluno, sua inteligência cultural e perfil empreendedor. Com os resultados foi possível verificar que a IC e o perfil empreendedor possuem características comuns entre si. Além disso, pode-se perceber resultados positivos na comparação entre os alunos e egressos, sendo possível verificar uma evolução nos egressos. No entanto, uma oportunidade de aprimoramento no currículo dos MBAs da instituição foi constatada, no intuito de melhorar a intenção empreendedora de seus alunos.

Palavras-chave: Inteligência Cultural. Empreendedorismo. Negócios Internacionais. MBA.

¹ Acadêmicos do Curso de Comercio Exterior, UNIVALI – Campus ITAJAÍ. juliahermesrs@gmail.com

² Professor (a) do Curso de Comercio Exterior – Campus ITAJAÍ, UNIVALI dinora@univali.br